

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра медиалогии и веб-журналистики

Дулинец
Ева Эдуардовна

Молодежные издания в социальных сетях

Дипломная работа

Научный руководитель –
канд. истор. наук, доцент
Луйгас Наталья Евгеньевна

Допущена к защите

«__» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой медиалогии и веб-журналистики,
кандидат филологических наук, доцент В.П. Воробьев

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа 51с., источников 21.

КИБЕРСОЦИАЛИЗАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, SMM, МОЛОДЕЖЬ, СМИ, ВКОНТАКТЕ, ПЕРЕХОДНЫЙ ВОЗРАСТ, ЗНАМЯ ЮНОСТИ, ЗОРЬКА.

Приоритетным направлением в формировании информационной политики издания является обязательная регистрация в социальных сетях. Зарубежная практика показывает, что регулярное обновление профилей в Twitter и Facebook не только привлекает большее количество читателей, но и позволяет улучшить содержимое газет и журналов, узнать, что нужно целевой аудитории.

Также социальные сети создают равные условия для естественной конкуренции на рынке СМИ, где реклама и коммерция играют меньшую роль, чем презентация своей общественной позиции и способность оперативно работать с большим объемом информации.

Материалы дипломного исследования могут быть использованы в практической работе журналистов белорусских и зарубежных молодежных газет и телеканалов, а также в учебном процессе Института журналистики БГУ, включены в тексты лекций по различным дисциплинам, связанных с рекламным продвижением средств массовой информации. Предлагаемый анализ помогает понять особенности функционирования современного белорусского медиaprостранства, в частности технологии взаимодействия с читателями редакций молодежных изданий через социальные сети.

Объект исследования – аккаунты (профили) белорусских молодежных изданий («Знамя юности», «Переходный возраст», «Зорька») в социальной сети «ВКонтакте».

Предмет исследования – контент, размещаемый на данных аккаунтах.

Цель дипломной работы – исследование контента и формулировка принципов, способствующих повышению популярности белорусских молодежных изданий у целевой аудитории.

В результате исследования нами были изучены инструменты продвижения такого маркетингового явления, как SMM, определены основные тематические направления работы редакций современных молодежных СМИ, выявлены недостатки взаимодействия указанных редакций с аудиторией при помощи социальных сетей.

Работа выполнена самостоятельно.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца 50с., крыніц 21.

КІБЕРСАЦЫЯЛІЗАЦЫЯ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СЕТКІ, SMM, МОЛАДЗЬ, СМІ, ВКАНТАКЦЕ, ПЕРАХОДНЫЎЗРОСТ, ЗНАМЯЮНАЦТВА, ЗОРЬКА.

Прыарытэтным напрамкам ў фарміраванні інфармацыйнай палітыкі выдання з'яўляецца абавязковая рэгістрацыя ў сацыяльных сетках. Замежная практыка паказвае, што рэгулярнае абнаўленне профіляў ў Twitter і Facebook не толькі прыцягвае большую колькасць чытачоў, але і дазваляе палепшыць змест газет і часопісаў, даведацца, што трэба метавай аўдыторыі.

Таксама сацыяльныя сеткі ствараюць роўныя умовы для натуральнай канкурэнцыі на рынку СМІ, дзе рэклама і камерцыя граюць меншую ролю, чым прэзентацыя сваёй грамадскай пазіцыі і здольнасць аператыўна працаваць з вялікім аб'ёмам інфармацыі.

Матэрыялы дыпломнага даследавання могуць быць выкарыстаны ў практычнай працы журналістаў беларускіх і замежных моладзевых газет і тэлеканалаў, а таксама ў навучальным працэсе Інстытута журналістыкі БДУ, уключаны ў тэксты лекцый па розных дысцыплінах, звязаных з рэкламным пасоўваннем сродкаў масавай інфармацыі. Прапанаваны аналіз дапамагае зразумець асаблівасці функцыянавання сучаснай беларускай медыяпрасторы, у прыватнасці тэхналогіі ўзаемадзеяння з чытачамі рэдакцый моладзевых выданняў праз сацыяльныя сеткі.

Аб'ект даследавання - акаўнты (профілі) беларускіх моладзевых выданняў («Знамя юнацтва», «Пераходны ўзрост», «Зорька») у сацыяльнай сетцы «Вконтакте».

Прадмет даследавання - кантэнт, які размяшчаецца на дадзеных акаўнтах.

Мэта дыпломнай працы – даследаванне канента і фармулёўка прынцыпаў, якія спрыяюць павышэнню папулярнасці беларускіх моладзевых выданняў ў метавай аўдыторыі.

У выніку даследавання намі былі вывучаны прылады прасоўвання такой маркетынгавай з'явы, як SMM, вызначаны асноўныя тэматычныя напрамкі работы рэдакцый сучасных моладзевых СМІ, выяўлены недахопы ўзаемадзеяння названых рэдакцый з аўдыторыяй пры дапамозе сацыяльных сетак.

Праца выканана самастойна.

SUMMARY

Diploma work p. 51, ref. 21 p.

CYBERSOCIALIZATION, SOCIAL NETWORKS, SMM, VKONTAKTE, PEREHODNIY VOZRAST, ZNAMYA, ZORKA.

The priority direction in the formation of information policy of the publication is mandatory registration of social networks. International experience shows that regular updates on Twitter and Facebook not only attract a large number of readers, but also helps to improve the content of newspapers and magazines, find out what you need to target audience.

Also, social networking to create equal conditions for the natural competition in the media market, where advertising and commerce play a lesser role than the presentation of their social position and the ability to quickly handle a large volume of information.

Materials of degree research can be used in the practical work of journalists of Belarusian and foreign youth newspapers and television channels, as well as in the educational process of the Institute of Journalism of BSU, included in the texts of lectures on various subjects related to the promotion of advertising media. The proposed analysis helps to understand the peculiarities of modern Belarusian media space, particularly technologies of interaction with the readers of editorial boards of youth publications through social networks.

The object of research – accounts (profiles) of belarusian youth publications («Znamya Yunosti», «Perehodniy vozrast», «Zorka») in the social network «Vkontakte».

Subject of research – the content hosted on these accounts.

The purpose of degree work – to study the content and formulate the principles that enhance the popularity of the Belarusian youth publications target audience.

A result of research we have studied marketing promotion tools such phenomena as SMM, the basic themes of the works of modern editions of youth media, revealed deficiencies of interaction of these revisions with the audience using social networking.

This work independently.